

Desarrollo curricular de la competencia mediática en educación secundaria en la comunidad gallega

edmetic

Revista de Educación Mediática y TIC



***Desarrollo curricular de la competencia mediática en educación secundaria
en la comunidad gallega***

***Curriculum development media literacy competition for secondary education
in Galicia***

Fecha de recepción: 21/07/2013
Fecha de revisión: 01/06/2013
Fecha de aceptación: 01/06/2013

*Desarrollo curricular de la competencia mediática en educación secundaria
en la comunidad gallega*

*Curriculum development media literacy competition for secondary education
in Galicia*

Mari Carmen Caldeiro Pedreira¹

Resumen:

La configuración del ecosistema mediático actual requiere de la colaboración entre los diferentes agentes de socialización para el alcance de adolescentes mediáticamente competentes. La implicación de la institución educativa resulta insuficiente y se complementa con el reconocimiento de los contenidos audiovisuales en el currículo educativo. En el caso de secundaria, nivel educativo en el que el sujeto comienza a conformar la autonomía moral, adquiere un valor determinante su presencia en las directrices legislativas.

En el presente trabajo, justificada la trascendencia de la alfabetización y desarrollo de la competencia mediática, se analiza la legislación gallega de secundaria y la existencia de los contenidos relacionados con los medios y tecnologías de la información. La tenue aparición de estos en la legislación vigente, así como la detección de importantes carencias, han de ser revisadas con el fin de que se favorezca el correcto desarrollo curricular de la competencia mediática en el nivel de secundaria, a fin de fortalecer o desarrollar de manera adecuada esta competencia entre los jóvenes.

Palabras claves: competencia mediática; desarrollo curricular; adolescentes; capacidad crítica.

Abstract:

The media ecosystem configuration requires the collaboration between different agents of socialization to obtain media competent adolescents. The involvement of the educational institution is insufficient; it is necessary audiovisual recognition content in the educational curriculum. In the case of secondary education level in which the subject begins to shape the moral autonomy, is determining the presence of such guidelines contained in legislation.

In this paper, we justified the importance and significance of literacy and media competence development. Then we analyze Galician secondary

¹ Universidad de Vigo. mariccaldeiro@yahoo.es

legislation and the inclusion of content related to the media and information technologies. This analysis shows a faint presence of the same in the legislation and there are significant shortcomings, most conclusively, must be reviewed.

Keywords: media literacy; curriculum development; adolescents; critical capacity.

1. Alfabetización y desarrollo de las competencias en la sociedad mediática

El entramado social actual refleja y se hace eco de los cambios no solo tecnológicos y comunicacionales sino además de los educativos. La pedagogía, al igual que las formas de relacionarnos, evoluciona y se adapta a las circunstancias.

La distancia, antes concebida como un inconveniente a la hora de comunicarnos, ha ido viendo como su valor disminuye llegando incluso a desaparecer. La digitalización y la interactividad constituyen algunos de los factores que hacen posible la interrelación a miles de kilómetros y de forma directa. A la comunicación no presencial contribuye, por ejemplo, el correo postal, forma de comunicación que, hoy en día, ha ido complementándose con otras más recientes. Se trata de diferentes sistemas que si bien posibilitan el desarrollo de nuevas formas de comunicación, requieren de la capacitación del sujeto para su correcto uso y comprensión.

El usuario, independientemente de su edad, debe formarse con el fin de poseer las habilidades mínimas que le facultan para comprender el valor y poder de la comunicación al tiempo que entienden el significado y repercusión de la información que los diferentes medios y tecnologías de la información transmiten.

Especialmente en el caso del colectivo adolescente, grupo que pasa buena parte de su tiempo, tanto libre como no, en contacto con las pantallas; resulta básica, no solo la adquisición de conocimientos en torno al funcionamiento de los dispositivos y tecnologías más recientes sino además, el control y comprensión de los contenidos e imágenes que difunden.

Por otra parte, la forja y desarrollo de tales habilidades no se adscribe de forma exclusiva a las personas de edades inferiores sino que se hace extensivo a la población en general; tanto la que se encuentra en contacto con los medios más y menos recientes como aquellas personas que, pese a no

utilizarlos demasiado, deben adquirir los conocimientos mínimos que les permiten, dado el caso, poder manejarlos y comprenderlos.

El origen de la situación mediática actual y la necesidad de alfabetización por parte de la audiencia, se remonta a la última década del siglo pasado, si bien los inicios, estaban presentes, en algunos casos de forma latente e indirecta, desde la década de los 80. En esta época veía la luz la población que conforma la generación net; esto es, el colectivo que actualmente tiene entre 30-35 años. Sujetos que, pese a no conformar el grupo al que Prensky (2006) denominaba nativos digitales, tampoco se adscriben al de los inmigrantes.

Se trata de personalidades cuyo grado de desarrollo moral debería de estar formado y que habrían de estar capacitados para implementar, en los más jóvenes, una visión real de la situación presente.

Por su parte, el mundo adolescente cuenta con multiplicidad de dispositivos, no solo a nivel comunicativo sino para la realización de las tareas cotidianas, que agilizan la comprensión y utilización de medios y pantallas.

En ocasiones, de forma intuitiva e incluso sin saber leer ni contar, los más pequeños de la casa comienzan a utilizar el teléfono móvil, los videojuegos, el mando de la tele o el de la consola. La autonomía que adquieren a la hora de ingeniárselas para entender y servirse de las recientes tecnologías puede resultar chocante mas no es absoluta dado que, los menores no poseen la capacidad que les faculta para poder actuar de forma consciente y racional.

De igual modo, esta carencia no se adscribe tan solo a los menores sino que se atribuye al conjunto de personas cuyo grado de desarrollo moral está lejos de la autonomía. Para todos ellos es necesario, por un lado la formación y por otro, la regulación legislativa de la situación.

Tanto a nivel internacional como nacional, desde finales de la primera década del actual siglo, se regula la cuestión de la alfabetización y el desarrollo de la competencia mediática, necesidad que clama de forma especial en los últimos años.

Las directrices dictadas por la Comisión Europea y el Parlamento (2009) dejan patente su presencia al tiempo que refuerzan su importancia. En el documento de la Comisión y el Parlamento se aprecia como se incide, no solo en la necesidad de inclusión de la alfabetización en los planes de estudio sino que además consta la necesidad de fomentar proyectos de investigación de tal índole. Asimismo, se refiere a la autorregulación de los medios o a la necesidad de fomentar la alfabetización a través de conferencias y actividades que conciencien a la ciudadanía de tal necesidad. Por último, insta al compromiso por parte de las industrias mediáticas a la hora de favorecer y promover la alfabetización.

La tarea se erige por tanto como transversal dado que, compete a varios sectores y se adscribe tanto al ámbito internacional como al nacional. Con respecto a este último contamos, además de la regulación, con el esfuerzo que, desde diferentes colectivos y grupos de investigación viene desarrollándose. El alcance de tales objetivos pretende contribuir a la capacitación mediática de la ciudadanía.

2. La competencia audiovisual y mediática en la actualidad

El desarrollo de las competencias audiovisual y mediática constituye el resorte sobre el cual se conforma la personalidad del sujeto. De individuos que, debido a las necesidades, unas reales y otras creadas, ambas derivadas de la presente situación, precisan discernir entre valores y contravalores. Para ello, su grado de desarrollo, tanto cognitivo como axiológico debe ser tal que les permita la emisión de juicios racionales y éticos.

A nivel educativo se constata la presencia de ocho competencias básicas que conforman el currículo y deben alcanzarse en los diferentes niveles educativos. Cada una de ellas posee un peso específico y una relevancia y trascendencia fundamental, si bien, para el estudio realizado adquiere especial trascendencia la competencia en comunicación y la referida al tratamiento de la información y TIC. Destacan otras como, la

competencia social y ciudadana, la y cultural o la competencia para aprender a aprender. Todas ellas favorecen la Iniciativa y espíritu emprendedor que han de desarrollar los receptores mediáticos y, de forma especial, los menores y adolescentes.

De forma general, en la sociedad se requiere del alcance de sujetos con habilidad para comunicarse, es decir, personas que deben desarrollar la competencia lectora y han de saber escribir con corrección de modo que puedan desenvolverse tanto de forma presencial como a distancia. Tras la invención de la escritura la alfabetización lecto-escritora se ha convertido en una necesidad perentoria y básica que, con el paso del tiempo y la evolución de las formas de comunicación, ha ido cambiando.

Hoy en día, momento en el cual el desarrollo de la sociedad se vincula al científico y al tecnológico, cuando las tecnologías de la Información y comunicación (TIC) y las pantallas proliferan de forma exponencial, resulta necesario, la alfabetización audiovisual que trasciende la lectura de textos y se centra en la comprensión e interpretación de la imagen y su contenido.

Su innegable presencia y la repercusión que ejerce sobre el receptor determinan su comportamiento, al tiempo que justifica la necesidad de que el receptor se convierta, siguiendo a Dezvani (2012) en “emirec”; esto es un sujeto con capacidad para procesar y analizar, tanto la iconografía como los datos. El receptor, propuesto por el autor, ha de ser capaz de consumir de forma crítica y racional el producto mediático. Asimismo debe diferenciar, no solo entre la creación y la realidad sino que además, deber ser consciente de las necesidades de consumo y de su porqué. Tales necesidades se deben al bombardeo mediático que llega a provocar en el receptor confusión e incluso pérdida de valores y argumentos a la hora de elegir el producto que desea consumir.

El alcance y consecución de los mencionados objetivos no siempre se logra; en ocasiones impide su consecución, la falta de conocimientos y en otras, el poder persuasivo de la información. Por ello, resulta básico el control

del tiempo que se dedica al consumo de los media y la capacitación, tanto lecto-escritora como audiovisual, de la audiencia.

De forma especial en el caso de los jóvenes, las pantallas y las nuevas tecnologías se entienden, según indica Morduchowicz (2008) como "nuevas formas de sociabilidad" que modelan su identidad tanto individual como colectiva. Urge, como señala Ferrés (2000) la educación en la cultura del espectáculo dado que, como anunciaba Postman (1983), la situación mediática actual contribuye a la desaparición de la infancia debido a que, sin previa alfabetización los menores acceden a casi cualquier contenido. Este motivo justifica la necesidad de que, la institución escolar y el propio profesorado tome conciencia de la realidad. De este modo se pretende el alcance de las competencias que facultan al menor para desarrollar la conciencia autónoma. Se necesita, como señala Gonzalez (2013) de, una ciudadanía mediática que cultive la autonomía de tal índole.

En los últimos años adquieren un peso y relevancia destacada tanto Internet como las redes sociales, canales por los que, además de la información y las imágenes previamente elaboradas, se transmite todo tipo de información, en ocasiones, sin filtrar. Internet y la interactividad han dado lugar a la lectura no lineal al tiempo que favorecen el contacto simultáneo entre el grupo de pares o entre la ciudadanía en general. Motivo que justifica la necesidad de que la institución escolar, lejos de permanecer ajena a los acontecimientos, los integre en su quehacer cotidiano, inclusión que debe figurar en el propio currículo. De este modo, estará cubierto el aspecto legalista aunque, cada docente ha de ir incluyéndolo de una u otra forma en su actividad diaria.

Todo ello con el fin de contribuir al análisis de la panorámica actual donde diferentes autores, entre los que destacan Echeburúa y Requesens (2012) aluden a la adicción a las redes sociales y las nuevas tecnologías, temática presente en la línea de investigación de diferentes autores desde el 2009 y vigente en la actualidad. A lo largo de estos últimos años adquieren

especial relevancia los trabajos de, entre otros, Ramírez-Jiménez (2010) ó Porto (2011).

En la actualidad se barajan datos, dependientes de diferentes compañías de telefonía tales como Movistar, que indican que casi un 64% de la población española utiliza los teléfonos inteligentes. Dispositivos que entre otras funcionalidades, permiten el acceso a la red.

Tales condicionantes deben tenerse en cuenta desde el ámbito de la pedagogía. Ámbito desde el que ha de valorarse la presencia de los videojuegos, estos constituyen otra de las tecnologías más utilizadas por los menores, quienes pasan una media de 218 minutos diarios frente a las pantallas. Todo ello implica un aumento en los riesgos que tal contacto acarrea, y la necesidad de reflexionar sobre los principales retos que las mencionadas adicciones suponen.

En primer lugar, entre otras respuestas, los principales autores mencionan la necesidad de análisis y desarrollo de programas que, basados en datos fehacientes que persigan controlar el tiempo de exposición, tanto a Internet como a los videojuegos o la participación en las redes sociales.

En el caso de los jóvenes, se cuenta con programas de prevención de la adicción a las nuevas tecnologías, a los que debe añadirse el control por parte de los adultos y la supervisión de los mismos. Necesidad que se acrecienta debido, fundamentalmente, a que los menores no cuentan con el grado de desarrollo moral necesario para poder discernir entre los valores y contravalores que las tecnologías transmiten.

Por otra parte, tampoco poseen los conocimientos necesarios para analizar la veracidad del producto mediático, su objetividad o la forma en como ha sido creado para, posteriormente lanzarlo a l mercado.

Directamente relacionado con este aspecto, se encuentra el de los principios éticos que todo producto mediático y la comunicación audiovisual en sí han de respetar. La deformación del contenido noticioso supone una importante degradación, que repercute negativamente en la conformación

de la personalidad de la audiencia y que, certifica la necesidad de capacitación de la misma y la consecuente alfabetización mediática.

Siguiendo a De Abreu (2011) es necesaria la inclusión de la alfabetización mediática en la ciudadanía y, de forma especial en el colectivo adolescente, debido a que, estos se incluyen en la cultura de la participación y por tanto es preciso el alcance de sujetos creadores y productores, capaces de comunicarse utilizando el mayor número posible de medios.

Además de ello, a través de la alfabetización mediática se auspicia el desarrollo y alcance de la competencia mediática, directamente vinculada, como señalaba Ferrés (2006) con la competencia audiovisual. Ambas pueden describirse partiendo de las dimensiones e indicadores que el autor indica (2006; 2012). Entre estas, como puede deducirse de la revisión legislativa, tienen mayor presencia las dimensiones I y II referidas al lenguaje y la tecnología. Si bien, como puede deducirse del rastreo de los diferentes epígrafes de la normativa, las dimensiones III y IV referidas a la producción y recepción de la información también están presentes. En menor medida figuran las dimensiones V y VI correspondientes a la ideología y valores y a la estética, respectivamente.

El desarrollo de tales dimensiones persigue la adquisición de la competencia audiovisual que, al igual que la competencia digital, tiene entre sus objetivos, la transformación de la información en conocimiento y la comunicación interpersonal y social.

Todo ello comporta la posibilidad de concepción de la competencia mediática como la facultad que permite la combinación de conocimientos, capacidades y actitudes necesarias para la convivencia y comunicación en un contexto determinado. Entorno que se caracteriza por el respeto a la libertad y a los demás, la sociedad tecnológica se desarrolla en el contexto democrático donde predominan los derechos de los demás y la igualdad, principios propios de la democracia deliberativa con base en el diálogo y la

interrelación.

Ambiente en el cual proliferan de forma descomunal la presencia de las tecnologías más recientes y con las que, la sociedad se encuentra en continuo contacto.

Esto último requiere de la toma de conciencia de los diferentes agentes socializadores, tanto los tradicionales: escuela, familia e iguales, como de los más recientes: medios y tecnologías de la información y comunicación.

Unos y otros ejercen un fuerte poder sobre la audiencia que, lejos de apartarse de ellos, debe introducirlos en su vida de modo que su uso y comprensión se realicen de forma natural.

Dependiendo del punto geográfico al que se haga referencia, la situación se produce de forma diferente, así por ejemplo en el contexto británico los ordenadores se han introducido en el entorno académico antes. Según señala Buckingham (2006) tal introducción se remonta a finales de la década de los setenta del pasado siglo, momento en el que los dispositivos tanto física como internamente diferían en sobre manera de los actuales. Su inclusión al igual que la de los diferentes medios audiovisuales y las sucesivas tecnologías, consideradas, revolucionarias ha gestado la base sobre la cual las infancias digitales, término utilizado por Buckingham, han comenzado a realizar conexiones con la realidad. Para ello, además de la introducción ha comenzado ya entonces, a implantarse la educación para los medios, a la que, de forma literal se refiere el autor cuando señala que "la educación sobre los medios es un prerequisite indispensable para la educación con, o a través de, los medios". Según continúa indicando, "implica una forma de alfabetización" que no se limita a la mera recopilación de la información sino que debe atender además y como hemos apuntado anteriormente, a cuestiones como el origen de la información, el interés de los productores o la forma en como representa la realidad. Para ello cita el autor los componentes que, a su juicio, resultan claves en una alfabetización digital crítica, factores que, de algún modo constituyen la base sobre la que se forja el origen y

desarrollo de la competencia mediática, habilidad a la que hacemos referencia por considerarla el motor de la autonomía mediática.

Entre los principales elementos a tener en cuenta, señala Buckingham (2006) la representación e interpretación que los diferentes soportes muestran de la realidad, cuestión que se vincula de manera directa con la ideología y los valores, dimensión a la que se ha referido Ferrés (2006) en su trabajo. Para este último esta importante condición que ha de desarrollar cualquier sujeto competente mediáticamente se adscribe al sexto indicador.

Además de esto, menciona Buckingham el idioma como parte fundamental de la comunicación interactiva, para el autor, resulta básica la producción que vincula de forma directa a la influencia, especialmente de la publicidad. Repercusión que el producto mediático ejerce en mayor o menor grado sobre el receptor.

A esta se ha referido Ferrés (2006), para el autor se corresponde con la dimensión del lenguaje y favorece la comprensión de la información audiovisual.

Por último, en su análisis cita Buckingham a la audiencia, y a su comprensión no solo tecnológica sino además cognitiva de, por ejemplo los buscadores que se utilizan en Internet o de las nociones básicas utilizadas para analizar el cine o la televisión. Asimismo hace mención del valor de la participación en los juegos. En cualquier caso, y con esta somera reflexión el autor pretende reflexionar de forma especial y según menciona, sobre la "esfera pública de la juventud", esto es el ambiente en el que estos han de comenzar, no solo a recibir información sino que deben "asumir el control de los medios de producción". Asunción que se hace extensiva a las diferentes edades y períodos de la vida; se trata de un aprendizaje "lifelong" que, justifica la inclusión de un enfoque coherente y ambicioso de la educación. La escuela, lejos de desaparecer, desempeña cada día una función más fuerte que no se limita, de forma exclusiva, a la instrucción o aprendizaje de contenido añejo y empaquetado a priori.

La situación mediática que se desarrolla siete años después del momento en que tanto Buckingham como Ferrés reflexionaban, de tal forma, sobre la necesidad de inclusión de la educación en medios en el aula y los indicadores y dimensiones que conforman la competencia audiovisual y por extensión la mediática, no han hecho más que reforzar su valor, al tiempo que subrayan su importancia y la necesidad de adquisición por parte de la ciudadanía en general, y de forma especial, los menores, la población del futuro.

Antes de pasar a analizar el marco legislativo, base que determina el contexto en el que se inscribe el desarrollo de actividades que pretenden enlazar la realidad social y la educativa, conviene citar algunas investigaciones a través de las que se pretende la introducción y aplicación de las nuevas tecnologías en la educación.

Entre otros destaca el trabajo realizado por Aceves (2008) en el que señala la implementación de la Web 2.0 como apoyo a la enseñanza. Asimismo contamos con investigaciones como la que en 2009 veía la luz, el trabajo titulado "Como los adolescentes utilizan los Medios de Comunicación", este constituye una reflexión sobre mitos y realidades referidos a las tendencias de los adolescentes en medios de comunicación. Los datos incluyen el análisis de los formatos y soportes más actuales y pretenden reflejar la realidad, al tiempo que pueden utilizarse como base para la elaboración de actividades concretas con origen en los mismos.

Análisis de esta índole justifican la proliferación de otros estudios, como el de Martín-Barbero (2002) o el de Morduchowicz (2010). En ambos se reflexiona sobre la creación de identidades, especialmente en los adolescentes, existen además aproximaciones como las que realizan, o sobre los valores y los medios. Trabajos todos ellos que tienen como referencia la filosofía que afirma la relación directa o indirecta de los modelos y el entorno mediático en el que se producen y difunden.

Los mencionados son solo algunos de los múltiples ejemplos que, casi a

diario y desde las diferentes ópticas, emergen. Tanto a nivel nacional como local contamos con distintos estudios que se apoyan sobre el esfuerzo y dedicación de multitud de grupos de investigadores que persiguen la elaboración de un marco teórico que sirva de soporte a posteriores trabajos, actividades que han de ir encaminadas a un logro común: la interrelación y comprensión, no solo de la realidad social existente, sino además de la transmitida por los diferentes soportes que conforman el ecosistema mediático. Entre otros destaca el esfuerzo que realizan, por ejemplo el Colectivo Andalúz Comunicar o el Gabinete de Comunicación dependiente de la UAB. Asimismo grupos como COMeIN o el CAC "Consell de l'Audiovisual de Catalunya" elaboran investigaciones pioneras sobre los temas de candente actualidad. Por su parte el Ministerio de Educación o el INJUVE investigan sobre la realidad comunicativa y mediática actual y emiten diferentes informes que ilustran la situación.

Por su parte, las principales compañías de comunicación también realizan, con cierta periodicidad, estudios que muestran cual es la realidad actual en relación con los dispositivos móviles, su uso y difusión en la sociedad. Pese a la presencia de infinidad de estudios de esta índole, se aprecia una carencia marcada a la hora de analizar el marco legislativo actual.

Todo ello confirma la insistencia a la hora de introducir la educomunicación en el currículo y la necesidad de que la competencia mediática se incluya entre los objetivos de la educación obligatoria; se aprecia un vacío en el campo de la investigación en cuanto a la cuestión legislativa. Carencia que incide al tiempo que acrecienta la brecha que justifica el análisis de la legislación, en los diferentes niveles educativos. Estudio que se realiza con el fin de establecer las pautas que permiten la elaboración y desarrollo de actividades y trabajos centrados en paliar las carencias más marcadas al tiempo que contribuyen a la elaboración de investigaciones que pauten la forma de actuar de docentes y profesionales de la formación.

3. La realidad legislativa en la comunidad gallega

La necesidad de inclusión de la competencia mediática, como motor del desarrollo autónomo en el sujeto, requiere del análisis acerca de la presencia del contenido audiovisual en la legislación educativa.

Además de los múltiples mecanismos de regulación y autorregulación presentes hoy en día, se requiere de una legislación educativa que contemple la inclusión de contenido audiovisual en las diferentes etapas y asignaturas.

El presente trabajo se refiere al período educativo correspondiente a la educación secundaria obligatoria. Pretende un análisis de este período y no otro debido a que, la franja de edad comprendida entre los 12-16 años corresponde con un momento en el que el sujeto comienza a forjar su propia personalidad moral; siguiendo el esquema de Kohlberg y Piaget (1983) el sujeto se encuentra, normalmente, entre el segundo y tercer estadio de desarrollo en el cual influye la percepción que los demás tienen de uno mismo. Por tanto es necesaria la capacitación del sujeto y que este perciba más de una visión sobre una misma cuestión

Como hemos indicado, de la actual situación se deriva la presencia de la comunicación mediática en la vida cotidiana del sujeto: sin embargo su peso en el currículo escolar y en los planes de estudio de la educación secundaria resulta, en ocasiones, anecdótico y otras muchas se encuentra ausente. Lo cual debe tenerse en cuenta dado que el currículo define y orienta los objetivos y contenidos de cada etapa educativa. La presencia de los contenidos mediáticos en el currículo se hace latente en las diferentes etapas, y de modo especial en primaria y secundaria, momentos en los que la educación es obligatoria y gratuita.

Hoy en día y en el caso del alumnado de tales edades, se acrecienta la importancia de la inclusión y presencia de la educación mediática en el currículo debido a que, los discentes de este ciclo educativo han nacido, como hemos indicado anteriormente, en la era digital y se les considera, según señala Prensky (2006) "nativos digitales"; es decir, capaces de utilizar los

medios de forma correcta aunque carentes de un pensamiento crítico y reflexivo. Por este motivo, resulta básico el entendimiento y sincronismo que debe producirse entre la familia y la escuela.

Más allá del simple acceso a los medios ha de incidirse en su comprensión y para esto resulta básica la presencia de tales contenidos en las directrices que el profesorado ha de seguir.

En la comunidad gallega además de la Ley Orgánica de Educación 2/2006 y del Real Decreto 1631/2006, están presentes, en cuanto a educación secundaria, otra serie de pautas que recogen los principales aspectos que regulan la situación.

3.1. Desarrollo curricular de los contenidos audiovisuales en la legislación gallega de educación secundaria

Concretamente el análisis se realiza sobre el decreto 133/2007 referido a las enseñanzas mínimas de la educación secundaria obligatoria de Galicia. En este, además de las competencias básicas o el currículo de las materias de la etapa educativa, se incluye el Plan de Introducción de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

En el artículo seis se articulan las materias de los tres primeros cursos y consta además, en el primero de ellos la asignatura de educación plástica y visual. En el segundo curso el alumnado cuenta con contenidos referidos a las tecnologías. Además de esto, merece un tratamiento específico la comunicación audiovisual y las tecnologías de la información y comunicación en diferentes materias.

Por otra parte, en la mencionada ley, concretamente en el **anexo I** donde figuran las competencias consta el tratamiento de la información y la competencia digital como una de las ocho competencias básicas. La pretensión de esta gira en torno a la transformación de la información en conocimiento y la utilización de las nuevas tecnologías. Esta tarea se vincula,

de forma directa, con la competencia digital que incluye el uso de las tecnologías y comporta su utilización habitual a la hora de evaluar y seleccionar nuevas fuentes de información. Tanto una como otra, persiguen el alcance de personas autónomas, responsables y críticas, sujetos, capaces de seleccionar la información y las diferentes herramientas tecnológicas a través de las que se difunde.

En el **anexo II** figura el currículo de las materias al que preceden una serie de capacidades que deben ser desarrolladas por el alumnado de 12-16 años. Entre estas, y en relación con la comunicación audiovisual, desataca la referida a la "búsqueda, selección y tratamiento de la información".

El tratamiento de la información también figura, de manera transversal, en el área de ciencias de la naturaleza o en Física y Química (3ª curso) donde se menciona la necesidad de analizar, de forma crítica, la información de carácter científico-técnico.

De igual modo, en la asignatura de Geografía e Historia, están presentes la necesidad del tratamiento de la información y la competencia digital para la comprensión de fenómenos sociales e históricos. Alude además la legislación, a la necesidad de comprender la información y de leer y escribir los diferentes tipos de textos, independientemente del formato en el que se presenten.

Los contenidos audiovisuales y la necesidad de tratamiento de la información, así como la investigación en la información que transmiten los diferentes medios de comunicación, figuran entre los criterios de evaluación referidas al tercer y cuarto curso.

Asimismo entre los contenidos del último curso, 4ª, figura la necesidad de tener presentes los cambios sociales que acontecen y su difusión a través de los medios de comunicación. Por otra parte, las estrategias utilizadas en estos y su metodología pueden utilizarse, como se deduce de los artículos referidos a la evaluación, para "presentar las conclusiones de manera clara utilizando, cuando corresponda, las posibilidades que utilizan las TIC".

Según puede deducirse de la lectura y análisis de la legislación vigente y, pese a no existir ninguna asignatura donde se traten de forma explícita ni exclusiva los contenidos audiovisuales ni la educomunicación, en la práctica totalidad de asignaturas figura el tratamiento de la información y la competencia digital como uno de los objetivos a alcanzar. Entre los contenidos aparecen diferentes aspectos relativos a esta temática.

De forma gráfica a continuación se ejemplifica la presencia de los contenidos audiovisuales y las TIC. La tabla hace mención a algunas asignaturas que se imparten tanto en el primer ciclo de la ESO como en el segundo.

ASIGNATURA	OBJETIVOS	CONTENIDOS	CRITERIOS
Educación para la ciudadanía	-actitud crítica ante los modelos que se transmiten a través de los mmcc. -adquirir pensamiento crítico	-valoración y uso del diálogo como instrumento de resolución de conflictos.	-utilizar diferentes fuentes de información y considerar las diferentes posiciones y alternativas. -debatir utilizando diferentes fuentes de información. -utilizar y contrastar información con rigor.
Educación ético-cívica	-adquisición de información contrastada y evaluación crítica de la misma. -recolección de información de	-selección de las noticias, el lenguaje de la publicidad y su incidencia en la construcción de la realidad y en nuestras decisiones y opiniones	-utilizar de forma crítica la información de los medios.

	temas de convivencia		
Educación plástica y visual	<p>-reconocer la importancia de la imagen en los mmcc, su influencia en el pensamiento social y actuar de modo crítico ante los mensajes visuales.</p>	<p>-identificación del lenguaje visual en la prensa, publicidad y televisión.</p> <p>-análisis de los procedimientos propios de los mmcc.</p> <p>-utilización de las Tic para la búsqueda de imágenes</p> <p>-actitud crítica ante el consumo creado por la publicidad</p> <p>-valoración e influencia de la imagen en nuestro tiempo.</p>	<p>-reconocer el lenguaje visual y plástico.</p> <p>-diferenciar y reconocer los procesos, técnicas, estrategias y materiales en imágenes del entorno audiovisual y multimedia.</p>
Artes gráficas y diseño	<p>-integración de productos multimedia.</p> <p>-valoración crítica de la utilización de los medios audiovisuales y las tecnologías de la información y la comunicación como herramientas</p>	<p>-utilizar recursos informáticos y nuevas tecnologías en el proceso de elaboración de la imagen fotográfica, el diseño gráfico, el dibujo asistido por ordenador y la videografía.</p>	<p>-elaborar obras multimedia y producciones videográficas utilizando las técnicas adecuadas al medio.</p> <p>-reconocer y leer imágenes, obras y objetos de los entornos visuales</p>

	para el registro, tratamiento, creación y difusión de productos audiovisuales		
Música	-conocer y disfrutar los diferentes medios audiovisuales y tecnologías de la información y de la comunicación como recursos para la producción musical.	-conocimiento de empleo de las tecnologías de la información en la interpretación y grabación de piezas musicales.	-utilizar adecuadamente las tecnologías del conocimiento a la hora de crear o escuchar una pieza musical..
Música y tecnologías	-reflexión sobre la incesante presencia de la música en la vida cotidiana, en los espectáculos y medios audiovisuales.	-el papel de las tecnologías en la historia de la música. -transformación de valores, hábitos de consumo y gusto musical a lo largo de las últimas décadas. -uso de Internet y el software musical. -análisis de la música en la publicidad, televisión, cine, o videojuegos.	-exponer de forma crítica la opinión personal respecto a distintas músicas y eventos musicales, argumentándola en relación a la información obtenida en distintas fuentes: libros, publicidad, programas, conciertos....

Tabla 1: Presencia de los contenidos audiovisuales y TIC en la ESO

Fuente: elaboración propia

Además de en las materias citadas, en las diferentes lenguas, tanto la castellana como la cooficial: gallego en nuestro caso, o las extranjeras, figuran la competencia en el tratamiento de la información y la digital. Todo ello con el fin de utilizar de forma crítica y autónoma tanto las bibliotecas como los medios de comunicación o las TIC. La pretensión fundamental gira en torno a la obtención, interpretación, elaboración y valoración de la información de diverso tipo. Asimismo, persigue el alcance de opiniones de distinta índole.

En cuanto a los contenidos de estas, se extienden a lo largo de los diferentes cursos y en relación con la comunicación escrita, la oral y la cultura y sociedad.

En el currículo de tales materias figura la pretensión de alcance de una actitud reflexiva y crítica ante los mensajes de los medios; de igual modo, se pretende que los discentes incluyan en la elaboración y presentación de sus trabajos las técnicas que poseen las tecnologías.

En relación con la era digital y tanto si se trata de las lenguas vernáculas como las extranjeras, se pretende que el individuo sea capaz de comprender y elaborar textos en cualquiera de los formatos en los que se le presenta la información.

Los objetivos y criterios reseñados se exigen, en mayor o menor medida, dependiendo del curso al que se haga referencia. Así pues, en el último de ellos, destaca la pretensión de alcanzar la “actitud crítica ante las desigualdades mostradas en los mensajes procedentes de los diferentes medios de comunicación social, audiovisual y multimedia”. Se incide además en el uso de los medios en los diferentes soportes: papel, digital e informático.

A lo largo de los distintos artículos y epígrafes de la presente legislación se recogen los contenidos curriculares del resto de asignaturas que conforman el currículo.

Adquiere especial importancia el **anexo VI** donde consta el Plan de Integración de las TIC. Su aplicación al trabajo de aula se convierte, como cita

textualmente la normativa “en una pieza clave en la educación y formación de las nuevas generaciones”. Ello se debe fundamentalmente, a la importancia social de los medios y justifica la necesidad de su inclusión en la institución educativa. Por otra parte, requiere de la actividad continúa e incesante del profesorado así como de su interés y participación.

En cuanto a los profesionales de la educación destacan en la legislación varias pautas entre las que resaltamos, por un lado la necesidad de coordinadores de ciclo que se encarguen de la elaboración de un plan de formación interno y que, por otro lado evalúen de forma periódica los resultados.

Entre los objetivos derivados del esfuerzo conjunto de unos y otros, adquiere especial relevancia, no solo el acceso a los medios y TIC sino, la formación que capacita a sus usuarios para alcanzar el mayor grado de razonamiento, motivación y el afán de conocimiento.

Según puede deducirse de este breve análisis de la legislación de secundaria en Galicia, el desarrollo curricular de la competencia mediática pese a estar presente en, prácticamente la totalidad de materias que conforman el currículo, no se encuentra afincado ni posee un valor y representatividad concreto.

La presencia transversal en las diferentes materias confirma el interés, por parte de la institución educativa, de permanecer lo menos ajena posible a la realidad social circundante.

Pese a todo, la falta de conocimientos y la rapidez con la que se producen los cambios en la sociedad de la información dificultan la tarea y la aplicabilidad legislativa.

3.2. Dimensiones e indicadores de la competencia mediática y su desarrollo curricular

De la revisión de la legislación gallega se deduce, la presencia de la práctica

totalidad de dimensiones e indicadores de la competencia mediática, en buena parte de las asignaturas que conforman el currículo. Si bien no están presentes todas y cada una, de forma explícita, en las diferentes asignaturas; si lo hacen, de forma transversal, en casi la práctica totalidad de materias.

No obstante y pese a que, la competencia mediática no consta entre las ocho competencias básicas, su necesidad está justificada por la creciente inclusión de los medios audiovisuales y las pantallas en la sociedad tecnológica actual y en el ecosistema mediático más reciente.

El análisis legislativo sirve para reafirmar la importancia de las seis dimensiones a las que alude Ferres (2006) y que guardan relación con la investigación realizada por Buckingham (2006).

La inclusión transversal de los diferentes indicadores resulta especialmente llamativa en el caso de la dimensión del lenguaje, la tecnología y la producción y recepción de la información. En cuanto a las dimensiones cinco y seis –axiológica y estética- se observa una menor presencia en el desarrollo curricular de la mayoría de las asignaturas. Estas dos últimas están presentes en Educación para la ciudadanía y en las asignaturas relacionadas con las artes plásticas o música. Materias en las que se atiende a las manifestaciones artísticas o la calidad estética de la información.

La dimensión cinco: ideología y valores está presente de forma destacada en las asignaturas relacionadas con la Educación Moral si bien, de forma indirecta o transversal se aprecian ecos latentes que persiguen el alcance de la igualdad y la transmisión de valores y no de estereotipos.

Como hemos podido detectar al referirnos al desarrollo curricular de las diferentes materias, existe en la legislación un interés común porque el alumnado identifique los contenidos de las diferentes materias en la información que los medios, independientemente del formato en el que se presenten, difunden. A su vez, se constata el interés porque los discentes utilicen los medios a la hora de realizar trabajos y de exponerlos y porque aprovechen, no solo los medios en sí sino además sus técnicas y recursos. Esta

cuestión se vincula de forma directa con la dimensión tercera que hace referencia a los procesos de producción y distribución del producto mediático.

En la legislación gallega está presente la dimensión tecnológica y la del lenguaje de forma casi común en la totalidad del currículo dado que, se presta especial atención a la necesidad de comunicación tanto escrita como audiovisual. Se atiende además a la necesidad de conocer el funcionamiento de cada uno de los diferentes soportes y formatos a través de los que se difunde la información y las iconografías.

4. Conclusiones

En el ecosistema mediático actual las TIC adquieren gran valor e importancia llegando a condicionarlo al tiempo que, determinan su existencia.

La situación requiere de la necesidad de formación por parte de la audiencia, especialmente los adolescentes que conforman la generación net, nacida alrededor de la década de los setenta del siglo pasado, y los nativos digitales, denominación que Prensky aplica al colectivo juvenil actual.

Pese a que la formación parece adscribirse a edades tempranas, no sucede de forma exclusiva así dado que, esta debe recibirla cualquiera que no alcance un grado mínimo de desarrollo cognoscitivo y también el que no posea la autonomía. No es suficiente con saber utilizar los medios sino que resulta fundamental su comprensión y lectura, tanto iconográfica como textual.

Se requiere de una ciudadanía alfabetizada que desarrolle la competencia mediática entendida como la habilidad que faculta al sujeto para la emisión de juicios críticos autónomos. La regulación de este tipo de cuestiones viene produciéndose bien desde organismos internacionales –Comisión y Parlamento europeos-, bien desde las instituciones nacionales y locales –Ministerio de Educación y Xunta de Galicia-.

Unos y otros contribuyen a la forja de la competencia audiovisual, habilidad que constituye el resorte sobre el que se erige la competencia

mediática; se trata de la habilidad que faculta al sujeto para la emisión de juicios racionales y éticos.

Del contexto actual donde imperan las TIC, se deduce la necesidad de la alfabetización audiovisual que trasciende el uso del lápiz y papel para centrarse en el de los medios digitales más recientes y en las pantallas, elementos que conforman el entramado y contexto actual. La situación justifica la necesidad de formación de la audiencia que ha de convertirse en emirec –receptor con capacidad de análisis y emisión de una reflexión autónoma y crítica-.

Por ello, con el fin de alcanzar la autonomía mediática por parte del sujeto de cualquier edad, es precisa la educación de la ciudadanía en la cultura del espectáculo.

Un análisis somero y una panorámica general de la situación actual revelan la inminente y creciente presencia de Internet y las redes sociales que, además de favorecer la comunicación e interactividad implican una serie de riesgos a tener en cuenta.

Los hechos certifican, como hemos venido señalando, la necesidad de sujetos creadores y productores que desarrollen la competencia mediática, facultad que les permite la combinación de conocimientos, capacidades y actitudes necesarias para la convivencia y comunicación en un contexto determinado.

La tarea requiere de la toma de conciencia por parte de los diferentes agentes socializadores. Logro que, dependiendo del punto geográfico en el que se desarrolle se produce de un modo u otro.

Su origen podemos situarlo, como se ha expuesto en la presente reflexión, en la geografía británica, contexto donde los ordenadores han entrado en las aulas a lo largo de las últimas décadas del siglo pasado. En este caso, el ámbito pedagógico ha comenzado a contar con los dispositivos electrónicos como forma de comunicación y formación desde sus inicios.

En España, además de investigaciones centradas en referentes

internacionales, contamos con múltiples estudios como el presentado por el ITE (2010) donde se describe la introducción y análisis de las TIC en educación. Existen distintos grupos de investigación y diferentes colectivos tales como, el Grupo Andaluz Comunicar o el Gabinete de Comunicación, dependiente de la UAB, que aúnan sus esfuerzos en la consecución de un fin común: la alfabetización mediática de la ciudadanía y de forma especial del colectivo adolescente.

A su vez, se publican diferentes estudios, donde se aprecia el exponencial crecimiento e inclusión de dispositivos móviles inteligentes, con acceso a Internet, tecnologías que facilitan la intercomunicación social al tiempo que justifican la necesaria formación y la regulación legislativa de la realidad social y educativa.

La necesidad de inclusión de la competencia mediática como motor del desarrollo autónomo del sujeto implica, la toma de conciencia por parte de la ciudadanía y de la institución escolar. Todo ello dentro de unas directrices legislativas básicas que regulan el contexto que determina la necesidad de revisión de la realidad legislativa.

En la presente investigación se analiza el caso de la legislación referida al nivel de secundaria, período que incluye a sujetos de edades comprendidas entre 12-16 años. Alude a una población que se encuentra en contacto directo con los medios audiovisuales y que ha nacido en la era digital y en el ambiente mediático actual.

Consideramos relevante el análisis legislativo dado que, el currículo escolar, herramienta que sirve de referente básico al profesorado, debe contemplar la realidad social presente y ha de servir como referente que determine la construcción de una ciudadanía mediática autónoma.

Con base en este se encuentran las diferentes competencias que facultan al sujeto para el desarrollo de su vida en sociedad.

Según se muestra en el análisis realizado, la legislación vigente contiene, además de las ocho competencias básicas, diferentes puntos en los que se

alude a la necesidad de “búsqueda, selección y tratamiento de la información”. Aspecto que está presente en los objetivos, contenidos y criterios de evaluación de las diferentes asignaturas que conforman el currículo.

Del análisis legislativo se deduce la falta de una asignatura que se ocupe, con carácter exclusivo, de la educomunicación. Tan solo se aprecian, de forma transversal referencias, más o menos claras, a cuestiones comunicativas y digitales concretas. A su vez, se echó en falta un marco legislativo que pautase la realización de actividades concretas o que determine, de forma explícita, su necesidad. Todo ello se produce en un contexto donde una de las pretensiones fundamentales es el desarrollo de la actitud crítica por parte de la audiencia.

Constatada la inclusión transversal de los mencionados contenidos, se aprecia además, también de forma transversal, como en la legislación refleja los principales indicadores y dimensiones que conforman la competencia audiovisual y por extensión la mediática.

Por otro lado, se aprecia un interés común porque el alumnado identifique los contenidos de las diferentes materias en la información que los medios y pantallas difunden.

En definitiva, la legislación gallega incide especialmente en dos de las dimensiones que conforman la competencia audiovisual: se trata de la dimensión tecnológica y la del lenguaje.

Al mismo tiempo, contribuye con su esfuerzo a resaltar el valor de la comunicación y la creciente inclusión de los dispositivos y tecnologías de la información y comunicación más recientes.

La presencia de los contenidos mediáticos se realiza de forma transversal llegando a apreciarse una marcada carencia en materias concretas referidas a la educomunicación. Ausencia que se constata en los diferentes cursos de la educación secundaria, tanto en el primer como en el segundo ciclo de la educación secundaria obligatoria. Si bien despunta una ligera presencia de contenidos más específicos en diferentes asignaturas que

se describen en la investigación de forma gráfica (ver gráfica de elaboración propia).

Como conclusión podemos señalar, de forma general, que el desarrollo curricular de la competencia mediática en educación secundaria en la comunidad gallega adolece del valor que el contexto mediático actual le confiere.

De la presente revisión se deduce una sutil presencia de los contenidos audiovisuales que, debido, fundamentalmente a la importancia y la situación mediática actual, requiere de un mayor grado de inclusión y una implementación superior,

Referencias bibliográficas

- ACEVES, H. (2008). *Nuevas tecnologías aplicadas a la educación. Web 2.0 y el aprendizaje*. Recuperado de <http://www.slideshare.net/ticeducacionudc/nt-aplicadas-a-la-educacin>.
- BUCKINGHAM, D. (2006). *La educación para los medios en la era de la tecnología digital*. Recuperado de <http://citep.rec.uba.ar/ubatic/wp-content/uploads/2011/06/Buckingham.pdf>
- DE ABREU, B. (2011). *Media Literacy, social networking, and the Web 2.0 Environment for the K-12 Educator*. Peter Lang Publishing: New York.
- DEZUANNI, M. y MONROY, A. (2012). Prosumidores interculturales: la creación de medios digitales globales entre los jóvenes. *Comunicar*, 38, 59-66. DOI <http://dx.doi.org/10.3916/C38>.
- ECHEBURÚA, E. y REQUSENS, A. (2012). *Adicción a las redes sociales y nuevas tecnologías en niños y adolescentes*. Pirámide: Madrid.
- FERRÉS, J. (2000). *Educación en una cultura del espectáculo*. Barcelona: Paidós.
- FERRÉS, J. (2006). La competencia en comunicación audiovisual: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Quaderns del CAC*, 25. Recuperado de

http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q25ferres2ES.pdf.

GONZÁLVIZ, V. (2013). *Ciudadanía mediática. Una mirada educativa*. Madrid: Dyckinson

I. T. E. (2010). *Indicators on ICT in Primary and Secondary Education*. IIPSE. (October 2009). Directorate General Education and Culture, European Commission. Recuperado de http://ec.europa.eu/education/more-information/doc/ictindicrep_en.pdf.

MARTÍN-BARBERO, J. (2002). *Jóvenes: comunicación e identidad*. Recuperado de <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric00a03.htm>.

MORDUCHOWICZ, R. (2008). *Los jóvenes y las pantallas. Nuevas formas de sociabilidad*. Barcelona: Gedisa.

MORDUCHOWICZ, R. (2010). *Consumos culturales, jóvenes e identidad*. Recuperado de <http://www.unr.edu.ar/noticia/2821/consumos-culturales-jovenes-e-identidad>.

PIAGET, J (1983). *El criterio moral en el niño*. Barcelona: Fontanella.

PORTO, D. (2011). Periodismo, redes sociales y transmediación. *Razón y Palabra*, 78. Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/varia/N78/1a%20parte/17_Porto_V78.pdf.

POSTMAN, N. (1983). *Das Verschwinden der Kindheit*. Frankfurt am Main: Fischer Verlag.

PRENSKY, M. (2006). *Don't Bother Me Mom-I'm learning: How computer and video games are preparing your kids for 21 century success and how you can help!* St. Paul, EUA: Paragon House

Real Decreto 133/2007 de 5 de Julio por el que se regulan las enseñanzas de la educación secundaria obligatoria en la Comunidad Autónoma de Galicia. Recuperado de http://www.edu.xunta.es/ftpserver/portal/DXC/lexislacion/Lexislacion_secundaria_Web.pdf.

RAMÍREZ-JIMÉNEZ, J. M. (2010). Análisis de la Red Social Tuenti, como contexto de relación entre adolescentes, y sus posibilidades didácticas con un grupo en riesgo de exclusión socioeducativa en un Programa de Cualificación Profesional Inicial (PCPI). *DIM 18*. Recuperado de <http://dim.pangea.org/revistaDIM18/docs/joseramirez.doc>.

Recomendación del 20 de Agosto de 2009 sobre la alfabetización mediática en el entorno digital para una industria audiovisual y de contenidos más competitiva y una sociedad del conocimiento incluyente. Recuperado de http://www.mcu.es/cine/docs/Novedades/Recomendacion_Comision_Europea_sobre_Alfabetizacion_mediatica.pdf.

SOLÁ, M. y MURILLO, J. F. (2011). *Las TIC en la Educación Realidad y expectativas. Informe anual 2011*. Madrid: Telefónica.

Cómo citar este artículo:

Caldeiro Pedreira, M C. (2013). Desarrollo curricular de la competencia mediática en educación secundaria en la comunidad gallega. *EDMETIC, Revista de Educación Mediática y TIC*, 2(2), 8-36.